

Communiqué de presse

1^{er} mars 2017

Nespresso valorise ses initiatives responsables à l'occasion du Mois de la RSE

Du 27 février au 24 mars 2017, *Nespresso* met en avant ses initiatives RSE auprès de ses clients en organisant, pour la 1^{ère} fois, le « Mois de la RSE », qui rassemble plusieurs dispositifs de communication originaux. Cette opération innovante vise à révéler l'entreprise à l'ensemble de ses Membres du Club.

Récemment récompensée par le Grand Prix Essec des Industries de la Consommation Responsable pour avoir co-créé la 1^{ère} filière de recyclage des petits métaux en France, *Nespresso* souhaite révéler les coulisses de son savoir-faire pour récolter un café durable de la plus haute qualité.

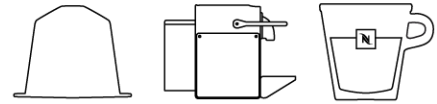
Pour ce faire, plusieurs initiatives sont prévues en boutique, sur le site internet de l'entreprise (www.nespresso.com/entreprise), sur le site e-commerce (www.nespresso.com), sur les réseaux sociaux (<https://www.facebook.com/Nespresso.FR> et <https://twitter.com/NespressoFR>), en communication média, et même à l'Académie Nespresso qui, pour la 1^{ère} fois, ouvrira ses portes à plus de 200 clients privilégiés.

- Dans les 33 boutiques *Nespresso*, les vitrines affichent pour la 1^{ère} fois deux initiatives clés : le recyclage des capsules et la pratique de l'agroforesterie, qui permet au café de *Nespresso* France d'être neutre en carbone.



- Durant tout ce mois, les **Membres du Club** sont invités à ramener leurs capsules usagées en boutique : pour tout acte de recyclage, leur sont remis un sac de recyclage réalisé par les étudiants de l'école des Beaux-Arts de Paris, ainsi qu'un allume-feu fabriqué à partir de marc de café.
- Du 9 au 11 mars, *Nespresso* ouvrira les portes de l'Académie *Nespresso* dans le cadre de son *Nespresso Coffee Lab*, pour faire découvrir à tous les amateurs de café, à travers un parcours immersif d'ateliers (Dégustation, Gastronomie, Mixologie, quizz RSE...) les coulisses d'un café toujours plus durable.
- Georges Clooney parle recyclage dans un spot TV durant tout le mois de mars.
- En parallèle, *Nespresso* organise de nombreuses animations en interne, à destination des collaborateurs.

Cette opération fait suite à d'autres actions de communication de la part de *Nespresso* France sur les initiatives responsables de l'entreprise : une campagne média a été initiée en novembre 2015 en print et en digital, un site internet dédié a été lancé (www.nespresso.com/entreprise).



Selon **Nathalie Gonzalez, Directrice Marketing et Communication de Nespresso France** :

« Cette opération du « Mois de la RSE » est la première de cette ampleur à s'adresser directement à tous nos Membres du Club. Nous espérons ainsi leur démontrer que nos engagements responsables se traduisent par de nombreuses initiatives concrètes, tout au long de notre chaîne de valeur. »

Le développement durable au cœur du modèle de création de valeur partagée de Nespresso

De la cerise de café au recyclage de ses capsules et machines, Nespresso ancre le développement durable au cœur de ses décisions et activités depuis de nombreuses années déjà. L'objectif est ambitieux et de long terme : offrir une tasse de café de la plus haute qualité possible dans le respect des principes du développement durable, seul gage de croissance, de pérennité et de création de valeur partagée.

Ainsi, **l'entreprise a lancé en 2003 avec l'ONG internationale Rainforest Alliance le programme Nespresso AAA pour une Qualité Durable**, qui vise à assurer un approvisionnement en café de la plus haute qualité, tout en protégeant l'environnement et en améliorant les conditions de vie des caféiculteurs.

Ce faisant, l'entreprise :

- **forme plus de 70 000 caféiculteurs** grâce à des agronomes sur le terrain,
- **paie le café 30 à 40% plus cher** que le prix du marché,
- et a lancé un programme d'agroforesterie avec PUR Projet qui permet de **planter plus de 500 000 arbres par an au cœur des fermes de café** en Colombie, au Guatemala et en Ethiopie. Ces arbres améliorent la fertilité des sols et la qualité du café, limitent l'érosion des sols, apportent des revenus complémentaires aux caféiculteurs (par la vente du bois ou des fruits) et compensent les émissions carbone de chaque tasse de café Nespresso consommée en France.

Aujourd'hui, **+80% du café Nespresso est issu de fermes certifiées AAA, et +40% issu de fermes certifiées Rainforest Alliance.**

Parce que ses **capsules en aluminium sont toutes recyclables**, Nespresso France a créé son propre circuit de collecte et de recyclage dès 2008, et a même co-créé la première filière de recyclage des petits métaux en France, permettant déjà à plus de 8 millions de Français de jeter leurs capsules usagées directement dans leur poubelle de recyclage.

Et pour ses machines, Nespresso France a mis en place il y a 20 ans un SAV performant, selon les principes **d'économie circulaire**, qui répare plus de 600 machines par jour en France, notamment par des personnes en situation de handicap.

A propos de Nestlé Nespresso SA

Nestlé Nespresso SA est le pionnier et la référence sur le marché du café portionné haut de gamme. Basé à Lausanne, en Suisse, Nespresso est présent dans 64 pays et compte plus de 12 000 collaborateurs. En 2015, l'entreprise gérait un réseau de distribution international de plus de 450 boutiques exclusives. Pour plus d'informations, rendez-vous sur <http://www.nespresso.com> et sur <http://www.nespresso.com/entreprise>

Contacts presse Nespresso – Agence Weber Shandwick

Stéphanie Hasson – Tél. : 01 47 59 56 36 – shasson@webershandwick.com

Michèle Berne – Tél. : 01 47 59 56 31 – mberne@webershandwick.com